



UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ
ACREDITATĂ PRIN LEGEA 274/15 MAI 2002

GHID DE STUDII

Programul de studii universitare de masterat

MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL

ORGANIZAȚIEI

ALEGEREA TA, VIITORUL TĂU,

ALEGE SĂ FII CEL MAI BUN !



FACULTATEA DE
MANAGEMENT-MARKETING

Bd. Expoziției 1B, București, Sector1, Etaj 3

Telefon: +40.372.120.134

e-mail: mm@rau.ro

web: www.rau.ro

MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ORGANIZAȚIEI

Domeniul de studii universitare de masterat acreditat: Management

Număr puncte credit transferabile (ECTS): 120

Durata studiilor: 2 ani

Forma de învățământ: IF

Limba de predare: Română

Programului de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*” are ca misiune dezvoltarea resurselor umane cu competențe în domeniul managementului și marketingului, capabile să gestioneze eficient activitățile unei organizații în cadrul pieței.

Programul de masterat se adresează celor care doresc să se familiarizeze cu multitudinea deciziilor strategice, să-și dezvolte abilități în utilizarea instrumentarului analitic de management și marketing, cu scopul de a lua decizii în condițiile economiei concurențiale.

Obiectivele programului de studii universitare de masterat „Managementul și Marketingul Organizației” vizează în principal:

- Formarea unor specialiști capabili să aplice conceptele de management și marketing în condițiile noii economii, să dezvolte strategii, planuri și programe de management și marketing;
- Furnizarea cunoștințelor și exersarea deprinderilor necesare atât satisfacerii cerințelor clienților potențiali ai unei companii, cât și dezvoltării de mijloace care să contracareze acțiunile principalilor competitori ai firmei;
- Însușirea limbajului comun necesar depășirii barierelor de comunicare, ridicate de pregătirea profesională de bază - specifică diferiților specialiști din cadrul unei organizații – și asigurarea unei flexibilități de adaptare crescute a companiei la dinamica macro și micromediului de afaceri. De asemenea se dorește asigurarea unor deprinderi privind proiectarea, dezvoltarea și implementarea unor campanii de comunicare orientate către piața țintă cu maxim de eficacitate;
- Asigurarea, din partea firmei, a premiselor necesare formulării unui răspuns adecvat și prompt la schimbările survenite în factorii-cheie de compoziție ai pieței, în condițiile respectării normelor de deontologie profesională și de etică a afacerilor;
- Formarea unui comportament de afaceri profesionist specialiștilor din domeniul managementului și marketingului;

- Optimizarea activităților practice integrate în ansamblul procesului didactic și dezvoltarea laturii vocaționale a specialiștilor în management și marketing;
- Evidențierea rolului determinant al managerilor cu competențe în marketing, a caracteristicilor sale și multiplelor funcții pe care le exercită în organizația contemporană;
- Axarea problematicii managementului și marketingului pe utilitatea și oportunitatea economică, elemente specifice determinante pentru funcționalitatea și competitivitatea organizațiilor.
- Absolvenții programului de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*” vor avea capacitatea de a practica, la nivel de înaltă competență, activități specifice managementului și marketingului, prin utilizarea cunoștințelor dobândite în procesul formativ, experienței în profesie, calităților psihologice și trăsăturilor de personalitate.

COMPETENȚE GENERALE

- Capacitatea de a proiecta, conduce și executa activități de cercetări în domeniul afacerilor;
- Proiectarea, implementarea și controlul strategiilor de afaceri orientate spre piață la nivelul organizației;
- Gestionarea programelor de marketing derulate la nivelul organizației și la nivel funcțional;
- Capacitatea de a proiecta, coordona, reglementa și controla programe de recrutare, promovare și pregătire a personalului organizației în viziunea marketingului (marketing intern);
- Abilități de negociere cu reprezentanții altor organizații;
- Capacitatea de a coordona o echipă de specialiști;
- Capacitatea de a colabora cu specialiști din alte domenii.

COMPETENȚE DE SPECIALITATE

- Capacitatea de a proiecta, organiza și desfășura cercetări de marketing (cu forțe proprii sau în cooperare cu organizații specializate);
- Capacitatea de a coordona culegerea și prelucrarea de informații de piață, precum și de a le analiza, în vederea fundamentării strategiilor de marketing;
- Capacitatea de a elabora, implementa și controla planuri de marketing pentru diferite orizonturi de timp, care să includă strategii de marketing, tactici de marketing și programe de acțiune;
- Capacitatea de a formula obiective de marketing și de a le promova în interiorul organizației din care face parte;
- Capacitatea de a ajusta politica de marketing a organizației și mixul de marketing în funcție de mutațiile care au loc pe piață;
- Capacitatea de a dezvolta relații de durată și reciproc avantajoase, cu clienții și furnizorii, de a negocia cu aceștia pe baze reciproc avantajoase;

- Capacitatea de a segmenta piața, de a evalua segmentele existente, de a selecta segmentele adecvate pentru organizație și de a poziționa produsele, mărcile și organizația.

ABILITĂȚI COGNITIVE SPECIFICE PROFESIEI

- Capacitate de planificare strategică;
- Capacitatea/abilitatea de a formula obiective strategice;
- Abilitatea de a fundamenta alternative strategice;
- Capacitatea de asumare a responsabilității, capacitatea de a decide;
- Abilitatea de a formula și aplica proceduri de control;
- Abilitatea de a gestiona conflicte la nivel organizațional, abilitatea de a partaja puterea în organizație, abilitatea de a negocia.

PERSPECTIVE PROFESIONALE

Proiectând o curriculă compatibilă la nivel european programul de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*”, asigură absolvenților competențe generale și de specialitate, precum și abilități cognitive în domeniul managementului și marketingului, în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor în Învățământul Superior, cât și cu Cadrul Ocupațiilor din România, compatibilizat la nivel european. Dintre ocupațiile pe care absolvenții programului de studii universitare de masterat „*Managementul și Marketingul Organizației*” le pot deține, enumerăm:

- | | |
|--|--|
| • <i>Consilier/expert/referent/economist în management</i> | • <i>Șef birou marketing</i> |
| • <i>Referent de specialitate marketing</i> | • <i>Șef departament</i> |
| • <i>Brand manager</i> | • <i>Conducător firmă mică – patron (girant) în afaceri intermediari și alte servicii comerciale</i> |
| • <i>Specialist în relații publice</i> | • <i>Șef birou aprovizionare - desfacere</i> |
| • <i>Specialist marketing</i> | • <i>Manager de zonă</i> |
| • <i>Manager de produs</i> | • <i>Referent în management</i> |
| • <i>Manager proiect</i> | • <i>Director magazin</i> |
| • <i>Șef birou</i> | • <i>Director vânzări</i> |
| • <i>Șef serviciu marketing</i> | |

DISCIPLINE DE STUDIU

DISCIPLINE OBLIGATORII

MANAGEMENT GENERAL – prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul managementului modern; dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea organizațiilor bazate pe

cunoștințe într-o economie globalizată; formarea și dezvoltarea de aptitudini, abilități și comportamente manageriale raționale, etice și morale. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL MARKETINGULUI – cursul urmărește îmbogățirea cunoștințelor de specialitate ale studenților cu elemente privind modul de încorporare în sistemul de management al firmei a instrumentarului de marketing; Sunt abordate instrumentele de management în relație cu cele de marketing, evidențiindu-se aportul marketingului la dezvoltarea managementului și instrumentele de marketing în relație cu cele de management. **6 ECTS**

FINANȚELE FIRMEI – prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul finanțelor firmei; dezvoltarea unei gândiri sistemice și facilitarea formării unei concepții manageriale moderne, utile în conducerea și administrarea firmelor bazate pe cunoștințe într-o economie de piață. **6 ECTS**

CONTABILITATE MANAGERIALĂ – dobândirea competențelor privind întocmirea, prezentarea, analiza și interpretarea situațiilor financiare; Însușirea unor instrumente pentru măsurarea și gestiunea performanțelor firmei; Cunoașterea structurilor de costuri și a principalelor metode de calculație asociate; Asimilarea cunoștințelor privind sistemul de bugete al firmei, ca instrument de planificare și control. **6 ECTS**

INSTRUMENTE SOFTWARE ORGANIZAȚIONALE – disciplina urmărește:

- aprofundarea cunoștințelor necesare pentru elaborarea, realizarea și utilizarea unui sistem suport de decizie ca parte a sistemelor de management și tehnologiile informatice asociate acestora;
- însușirea de metode, tehnici și instrumente software pentru realizarea și utilizarea sistemelor de asistare a deciziilor în mecanismul decizional al agenților economici;
- prezentarea, rezolvarea unor probleme de decizie la nivelul agenților economici prin sisteme suport de decizie;
- însușirea modului de lucru cu documentațiile tehnice ale produselor software;
- însușirea modului de lucru cu produsele software pentru fundamentarea procesului decizional.

6 ECTS

STRATEGII ȘI POLITICI ANTREPRENORIALE – crearea și dezvoltarea competențelor privind fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea eficienței strategiilor antreprenoriale. **5 ECTS**

LEADERSHIP ȘI CULTURĂ ORGANIZAȚIONALĂ – studiul conceptelor, principiilor, tehnicilor și metodelor specifice leadership-ului și culturii organizaționale, dezvoltarea abilității de a conduce performant o firmă în context multicultural, dezvoltarea unei culturi organizaționale antreprenoriale, la confluența dintre management-afaceri-comunicare și psihologie în contextul firmei globale. **5 ECTS**

MARKETING ȘI AFACERI ONLINE – prezentarea principalelor concepte, metode și tehnici moderne de analiză, proiectare și exploatare a sistemelor informatice interactive online, stabilirea și prezentarea modelelor de e-business existente, cunoașterea aplicațiilor integrate de e-business de tip ERP, CRM, SCM și e-procurement. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL PROIECTELOR – furnizarea competențelor specifice managementului proiectelor la nivelul firmei, respectiv elaborare, implementare, monitorizare, control și evaluare a eficienței economice. **5 ECTS**

METODOLOGIA ȘI ETICA CERCETĂRII – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind metodologia și etica cercetării științifice în domeniul economic, dezvoltarea capacității creativ-inovative în domeniul managementului organizațional și dezvoltarea abilităților de comunicare și lucru în echipă. **5 ECTS**

MANAGEMENT OPERAȚIONAL – furnizarea de cunoștințe și dezvoltarea abilităților necesare pentru operaționalizarea managementului în domeniul productiv al organizațiilor economice din diverse sectoare de afaceri. **6 ECTS**

POLITICI ȘI STRATEGII ÎN MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE – abordarea strategică a managementului resurselor umane și crearea unui nou mod de a gândi și de a percepe fenomenele economice și sociale în care sunt implicate resursele umane. **6 ECTS**

TEHNICI DE PROMOVARE A AFACERILOR INTERNAȚIONALE – aprofundarea cunoștințelor privind conceptele și instrumentarul specific domeniului activității promoționale, dobândirea abilității de a elabora, organiza și monitoriza desfășurarea unei campanii promoționale. **6 ECTS**

STRATEGII DE NEGOCIERE – furnizarea noțiunilor de bază privind pregătirea și organizarea negocierii, evidențierea particularităților interculturale în negocierea internațională de afaceri, crearea și dezvoltarea unor abilități practice privind negocierea. **6 ECTS**

MANAGEMENT STRATEGIC – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind managementul strategic, dezvoltarea capacității de analiză strategică a firmei, dezvoltarea abilităților necesare pentru adaptarea managementului strategic la specificul organizațiilor de tip economic din diverse sectoare de afaceri, în context multicultural globalizat. **6 ECTS**

CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind metodologia cercetării științifice în domeniul economic, dezvoltarea capacității creativ-inovative în domeniul managementului organizațional și dezvoltarea abilităților de comunicare și lucru în echipă. **7 ECTS**

DISCIPLINE OPȚIONALE

MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI – cunoașterea conceptelor și componentelor cheie ale managementului performanței, însușirea celor mai bune practici privind proiectarea, implementarea și utilizarea indicatorilor-cheie pentru măsurarea performanței în afaceri. **5 ECTS**

MARKETING INTERNAȚIONAL – însușirea de către masteranzi a elementelor fundamentale privind marketingul internațional. Sunt abordate noțiunile fundamentale ale marketingului internațional cu scopul de a oferi studenților o viziune de marketing ce depășește granițele unei țări, o viziune internațională și globală. Se urmărește dobândirea de către masteranzi a abilității de a utiliza cunoștințele însușite prin elaborarea unor strategii de marketing internațional eficiente pentru diverse companii care acționează pe piața globală. **5 ECTS**

TEHNICA TRANZACȚIILOR INTERNAȚIONALE COMPLEXE – disciplina urmărește familiarizarea studenților cu modul de implementare și derulare a contractelor internaționale. **5 ECTS**

MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII – prezentarea cunoștințelor specifice CRM, evaluarea impactului strategic, operațional și analitic al CRM asupra performanțelor firmei. **6 ECTS**

MEDIUL INTERNAȚIONAL DE AFACERI – înțelegerea principalilor determinanți ai mediului internațional de afaceri la confluență cu provocările globalizării și regionalizării; Surprinderea principalelor aspecte referitoare la transformările apărute la nivelul proceselor economice, fapt care influențează în mod direct procesele de management la nivelul companiilor; Decoltarea capacității de a analiza și înțelege fenomenele cu impact global sau regional și de a adopta deciziile adecvate, într-un mediu de afaceri mai mult sau mai puțin predictibil; Dezbateră axelor care influențează comportamentul economic al managerilor companiilor; Analiza comparativă a determinanților politici, economici, socio-culturali, tehnologici, legali, etici și ambientali ai mediului internațional de afaceri. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL SCHIMBĂRII ȘI INOVĂRII – crearea și dezvoltarea capacității de a înțelege necesitatea schimbărilor organizaționale și inovării ca factor de creștere a competitivității firmelor contemporane. **6 ECTS**

PLANIFICARE DE MARKETING – elementelor fundamentale ale planificării strategice de marketing, dobândirea de abilității pentru elaborarea unor planuri strategice de marketing eficiente. **6 ECTS**

MANAGEMENT COMPARAT – cunoașterea modului în care diferitele sisteme economice, sociale și culturale influențează atitudinile și comportamentele manageriale, dezvoltarea capacității de a identifica similitudinile și deosebirile dintre sistemele multiculturale și implicit a modului în care acestea influențează managementul strategic al firmei. **6 ECTS**

SOCIAL MEDIA SI PLATFORME COLABORATIVE – înțelegerea modului de funcționare și utilitatea platformelor și rețelelor sociale în web 2.0 / web 3.0. Utilizarea platformelor colaborative. Dezvoltarea de componente pentru platforme colaborative și utilizarea componentelor puse la dispoziție de platformele rețelelor sociale. **6 ECTS**